

8. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса / В.Е. Чернявская. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – 132 с.

Ольга Муравьева

*Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
(Казахстан)*

ТВОРЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКИ КАЗАХСТАНА

Динамичное развитие информационных и коммуникационных технологий и происходящие благодаря им перемены рождают новые творческие стратегии веб-журналистики Казахстана. В мире насчитывается 3,2 млрд пользователей интернета, 2 млрд из которых проживают в развивающихся странах. В период с 2000 г. по 2015 г. удельный вес пользователей сети увеличился почти в 7 раз – с 6,5 % до 43 % мирового населения, а уже к концу 2015 г. подвижной широкополосной связью третьего поколения будет охвачено 69 % населения Земли (по сравнению с 45 % в 2011 году) [2]. В Казахстане количество интернет-пользователей достигло 3,47 млн человек по данным на июль 2015 г. Это 71 % населения страны. Интернет обычно используется для работы с электронной почтой (67,9 %), поиска информации (59,8 %) и просмотра новостей (48,8 %). При этом интернет является единственным медиаканалом в Казахстане, охват которого почти в 2 раза превышает охват прессы [3].

Доступность, относительная дешевизна работы с информацией в сети делает интернет привлекательным не только для веб-журналистов, рекламодателей, бизнесменов, но и для граждан, ищущих самовыражения.

Вместе с тем, встает вопрос о национальных приоритетах в информационной, вещательной политике, культурной идентичности, ментальности восприятия казахстанского общества. Казахстанский исследователь С.Х. Барлыбаева отмечает, что решению данных проблем будут способствовать: рост собственной информационной, аудиовизуальной, телекоммуникационной продукции; количественный и качественный рост отечественных СМИ, медиаорганизаций и коммуникационных компаний; конкурентоспособный информационный рынок, удовлетворяющий возрастающие запросы и потребности казахстанского общества [1, с. 56]. Таким образом, средства массовой информации республики изменяют свою политику, соответствуя новым требованиям.

Для выявления информационной повестки дня в онлайн-СМИ Казахстана нами были проанализированы заголовки наиболее читаемых сайтов BNews.kz, Mir24.tv (Казахстан), ИА «Новости-Казахстан», Tengrinews, Nur.kz, МИА «КазИнформ». Проведенный мониторинг позволил выявить, что в казахстанских интернет-СМИ крайне редко представлены материалы, имеющие мировое значение (встречи на высшем уровне, мероприятия международных организаций и т. д.). Предпочтение отдается мелким локальным событиям: «В ДТП с лошадей пострадали три жителя Мангистау», «В Казахстане нестабильно работает социальная сеть «ВКонтакте», «10 самых откровенных казахстанских клипов» (Nur.kz), «Сельчанин убил знакомого телевизором в Алматинской области», «Машину с помощью эвакуатора угнали в Костанай» («Новости-Казахстан»), «Мажилисен показал кабинет депутата Парламента РК» (Tengrinews).

Более серьезную информацию представляют «КазИнформ», BNews.kz, Mir24.tv (Казахстан) – новости страны и мира, инфографика, аналитические материалы. Однако акцент здесь также делается на происходящие в Казахстане события, связанные, в первую очередь, с Главой государства и правящей партией «Нур Отан».

Вместе с тем, наиболее популярными новостями, которые наглядно демонстрируют информационные интересы казахстанцев, стали: «Женщина из индейского племени Кри признана самой красивой на Земле (Видео)», «Невеста Аша Матай посвятила отцу песню (Фото, видео)», «Свадьба года: Аша Матай вышла замуж за Армана Конырбаева (Фото, видео)», «Гигантская волна утащит в море 130 миллионов человек», «Глава НацБанка прокомментировал ситуацию с пенсионными накоплениями после свободного плавления тенге», «В Сети появилось видео, на котором водитель пытается догнать пустой трамвай в Алматы (Видео)», «Поручение НацБанку: Глава государства объявил условие компенсации курсовой разницы для вкладчиков в тенге» (МИА «КазИнформ», сентябрь 2015 г.).

Отметим и чрезмерное использование слов «Шокировал», «Шок!» в заголовках новостей: «Видео с корпоратива шокировало Казнет» (Tengrinews), «Пользователей Казнета шокировало видео с солдатами» (Nur.kz), «Новость: Видео с корпоратива шокировало Казнет» (i-news.kz), «Видео избиения продавца посетителем кинотеатра шокировало Казнет» (kivvi.kz), «Видео жестокой расправы над волчатами шокировало казахстанцев» (www.newstop.kz).

Таким образом, мы наблюдаем, что казахстанцы предпочитают новости развлекательного характера, а не социально значимую информацию.

Особенно заметно это становится при изучении аккаунтов в Facebook и Twitter рассматриваемых онлайн-изданий Казахстана. Информационная картина мира (не Казахстана!) может формироваться только совместно с аналогичными иностранными СМИ.

Современная казахстанская веб-журналистика, позволяющая готовить тексты как для массовой, так и для узко сегментированной аудитории, а также осуществлять многовекторную коммуникацию, склоняется к уподоблению и приспособлению к онлайн-аудитории. Контент предоставляет уникальные возможности – интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность, условия для персональной и массовой коммуникации. Являясь активным участником коммуникации, аудитория реализует свои творческие и коммуникативные потребности: обсуждает и комментирует публикации в онлайн-режиме, вступает в переписку с авторами материалов, предоставляет свой авторский фото- и видеоконтент.

Перед казахстанскими новостными онлайн-ресурсами в настоящее время стоит задача сохранения прежней аудитории и разработки стратегии перехода от массовой развлекательной информации к информации, формирующей новые информационные интересы и адекватно представляющей Казахстан на международной арене. Социальные сети, во многих случаях являющиеся поставщиком информации именно для развлекательной журналистики, могут стать незаменимым помощником для казахстанских блогеров и активистов.

Литература

1. Барлыбаева, С.Х. Информационное общество в казахстанской перспективе / С.Х. Барлыбаева // Вестник КазНУ. Сер. Международные отношения и международное право. – 2011. – Т. 2. – № 2. – С. 53–56.
2. Пользователи интернета в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404. – Дата доступа: 02.09.2015.
3. Шигаева, Д. Интернет-аудитория Казахстана: портрет и предпочтения пользователя / Д. Шигаева. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://forbes.kz/stats/internet-auditoriya_kazahstana_portret_i_predpochteniya_polzovatelya. – Дата доступа: 02.09.2015.